point

㈱トリニティアーツ、㈱NATURAL NINE HOLDINGSとの経営統合および持株会社体制への移行について

2013年4月8日

持株会社の概要と目的

point

1. 持株会社の概要

名称	株式会社アダストリアホールディングス **Adastria Holdings Co., Ltd.**
所在地	茨城県水戸市泉町三丁目1番27号
代表者	代表取締役社長　遠藤　洋一
取引市場	東京証券取引所第1部

2. 持株会社体制の目的

① 成長	ファッション市場における事業領域・対象顧客の拡大
② スピード	経営環境、顧客ニーズの変化へのスピーディーな対応
③ 総合力	グループ機能の強化とシナジーの追求

↓

グループ企業価値の最大化と社会への貢献

持株会社設立の形態

point

第1フェーズ　：　効力発生日：2013年6月4日（予定）

ポイント → NATURAL NINE HD

株式交換による100%子会社化

第2フェーズ　：　効力発生日：2013年9月1日（予定）

（持株会社）　株式会社アダストリアホールディングス

トリニティアーツの100%子会社化および事業子会社の分割後、商号変更を実施

トリニティアーツ	（新）ポイント	NATURAL NINE HD
株式交換による100%子会社化	事業子会社として会社分割（商号：㈱ポイント）	

詳細は、4月4日付プレスリリース（「当社と株式会社トリニティアーツ及び株式会社NATURAL NINE HOLDINGSとの株式交換契約の締結、持株会社体制への移行に伴う準備会社の設立及び吸収分割契約の締結並びに当社の定款変更（商号等の変更）に関するお知らせ」）をご確認下さい。

新グループの概要

point

1,492億円／1,084店舗の小売規模と、強力な機能子会社を持つグループが誕生

（持株会社） アダストリアホールディングス

	100%子会社	（各社概要）	（売上高）*直近期
分割	ポイント	主にカジュアルブランドを展開	1,150億円/785店舗
	トリニティー	主に高価格帯ブランドを展開	29億円/38店舗
	海外現地法人（香港、上海、台湾、シンガポール）	各国市場における店舗展開	49億円/76店舗
	ポジック	物流機能	15億円/4拠点
統合	トリニティアーツ	主にライフスタイルブランドを展開	264億円/185店舗
統合	NATURAL NINE HD	デザイン／パターン・生産管理機能	50億円/海外11拠点

現ポイントグループ

今回の統合企業

トリニティーは決算期変更による6ヶ月決算の売上高（子会社合算）を表記しております。
また、統合後の連結業績予想については、持株会社化等の企業再編に関する影響や
各社の業績予想を検討の上、別途お知らせする予定です。

グループ主要企業の概要／ポイント

point

所在地	茨城県水戸市泉町3-1-27
代表者	福田 三千男
事業内容	カジュアル衣料・雑貨等の小売業
従業員数(*)	3,045名

売上高(*)	1,216億円
営業利益(*)	97億円
店舗数(*)	国内　823店舗(ﾄﾘﾆﾃｨｰ38店舗)
	海外　76店舗

(*)2013年2月期の実績(子会社連結)

売上高・店舗数

主要ブランド

グループ主要企業の概要／ポイント

point

GLOBAL WORK

LOWRYS FARM

BABYLONE

香港旗艦店
collect point Mira Mall
（618.3坪）

GLOBAL WORK、LOWRYS FARMは㈱ポイントのブランド、BABYLONEは㈱トリニティーのブランドです。

グループ主要企業の概要／トリニティアーツ

point

所在地	東京都千代田区丸の内3-4-1
代表者	木村 治
事業内容	生活雑貨・衣料品・服飾雑貨等の小売業
従業員数(*)	678名

売上高(*)	264億円
営業利益(*)	12億円
店舗数(*)	国内　184店舗
	海外　1店舗

(*)2013年2月期の実績（単体、海外店舗数のみ海外現法の店舗を記載）

売上高・店舗数

主要ブランド

グループ主要企業の概要／トリニティアーツ

point

niko and ...

STUDIO CLIP

グループ主要企業の概要／NATURAL NINE HOLDINGS

point

所在地	東京都渋谷区南平台町16-28
代表者	宮本 英範
事業内容	アパレル製品・雑貨の企画・製造・販売及び輸出入
従業員数(*)	138名

売上高(*)	50億円
営業利益(*)	0.7億円
拠点数(*)	国内　1拠点
	海外　11拠点

(*)2012年2月期の実績(子会社合算)

主要拠点

バリューチェーンの特徴

生地開発・パターン・デザイン・生産管理までの機能をワンストップで提供が可能

テキスタイル	パターン	商品企画	生産管理
オリジナル素材開発	オリジナルパターン	差別化の為の商品企画	原価・品質・納期コントロール

デザイナー	34名 （テキスタイル開発を含む）
パタンナー	22名
生産管理	47名
協力工場	37工場(中国、ベトナム)

新グループの特徴（ターゲット）

point

複数の強力なブランドを持ち、多くのお客様にファッション提案を行う企業グループ

ポイント（トリニティーを含む）　トリニティアーツ

新グループの特徴（商品・業態）

point

多様な商品構成により、ライフスタイルに合ったファッションを提案する企業グループ

ファッション分野

服飾雑貨	アパレル	生活雑貨
シューズ	メンズ	キッチン
バッグ	レディス	文具
アクセサリー	キッズ	家具
ファッション小物		インテリア雑貨

多岐に渡る商品カテゴリーによって
さまざまな組み合わせが可能に

①	市場の変化、顧客ニーズの多様化に対応した業態の開発が可能
②	出店チャネルの拡大が可能
③	店舗面積の大型化が可能

新グループの特徴（バリューチェーン）

point

高効率の小売と強力な商品開発力を持つ一気通貫型モデル

新グループの特徴（海外）

point

基幹ブランドを中心とした複数のブランドによるグローバル展開力

香港	ポイント24店舗、トリニティアーツ1店舗（2012年進出）(*)
中国	ポイント17店舗（上海、北京、蘇州、南京）(*)
台湾	ポイント31店舗(*)
シンガポール	ポイント4店舗（2012年進出）(*)

(*)2013年2月期の実績（2012年12月末現在）

売上高・店舗数（ポイント、トリニティアーツ合算）

当面の海外戦略

① 両社の基幹ブランドをグローバルブランドに育成
（LOWRYS FARM、GLOBAL WORK、niko and… ）

② 当面はアジアを中心に展開エリアを順次拡大

③ 次世代グローバルブランドの開発を行い、
マルチブランド戦略を海外でも展開

海外における統合シナジーの発揮
（生産、商品、組織、店舗開発）

最後に

point

今回の統合によって実現するもの

・対象市場の拡大・創出による成長の加速

・国内有数の商品開発力を持つSPA企業グループへの変革

・商品・サービスの差別化による顧客満足の追求

・グループ規模の拡大による総合力の発揮

↓

グループとして成長し、世界中のお客様に多様なファッションを提供することで
企業価値の最大化と社会への貢献を目指します